

11. 大田区の観光

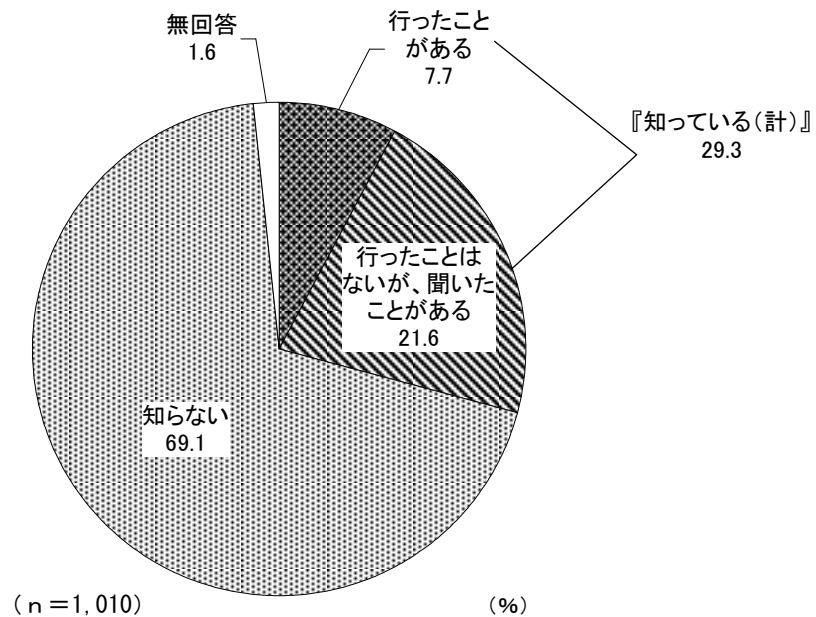
(1) 「大田区観光情報センター」の認知度

◇「行ったことがある」と「行ったことはないが、聞いたことがある」を合わせた『知っている(計)』は約3割

問18 「大田区観光情報センター」をご存知ですか。(○は1つだけ)

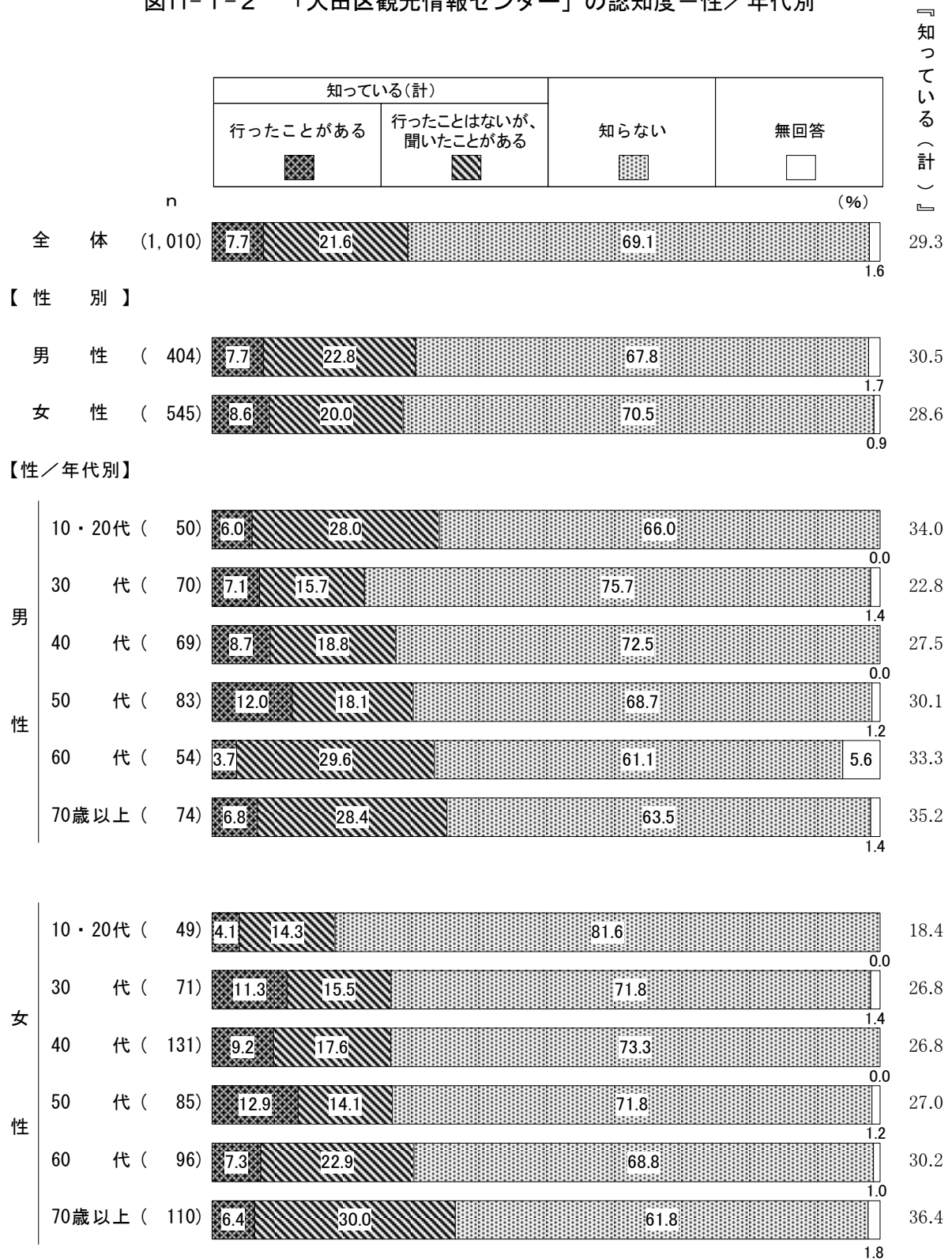
※大田区観光情報センターは、平成27年12月に、京急蒲田駅直結の施設にオープン。英語・中国語に対応できるスタッフがおり、区内・近隣観光地の観光案内のほか、区内の工芸品・地元で評判のスイーツ等の販売、日本の伝統文化体験講座などを実施しています。

図11-1-1



「大田区観光情報センター」を知っているか聞いたところ、「行ったことがある」(7.7%)と「行ったことはないが、聞いたことがある」(21.6%)を合わせた『知っている(計)』(29.3%)は約3割となっている。一方、「知らない」(69.1%)は約7割となっている。(図11-1-1)

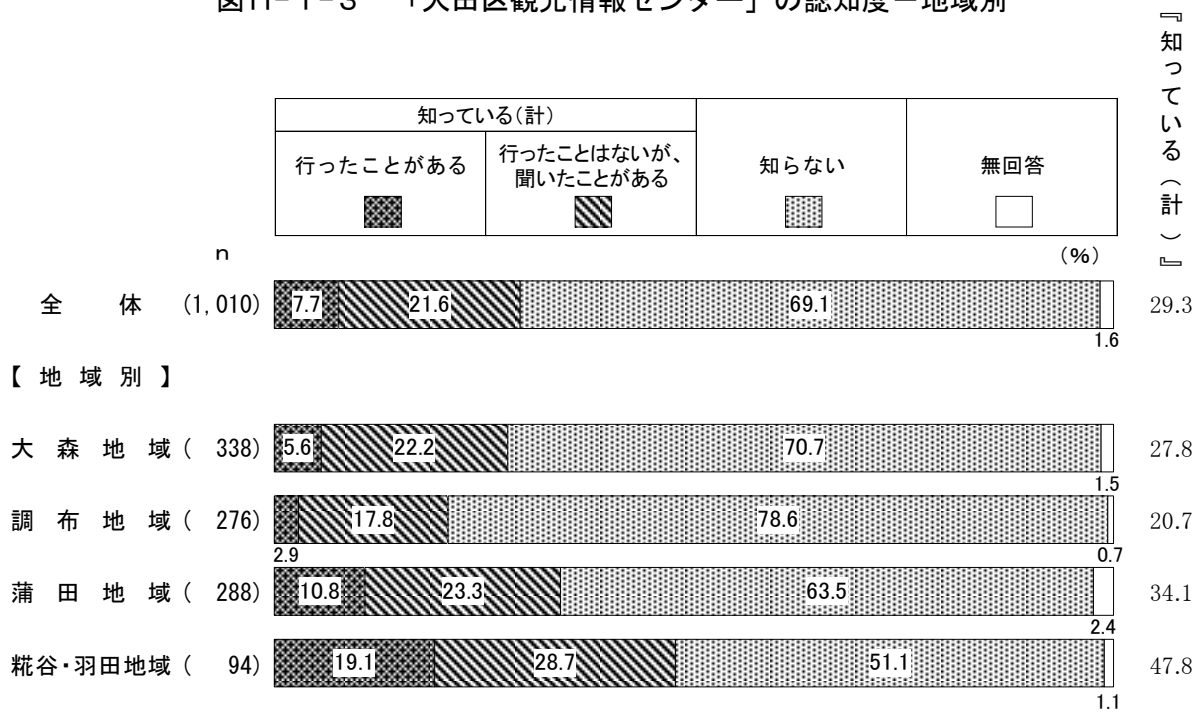
図11-1-2 「大田区観光情報センター」の認知度—性／年代別



性別でみると、大きな傾向の違いはみられない。

性／年代別でみると、『知っている(計)』は女性70歳以上(36.4%)と男性10・20代(34.0%)、男性70歳以上(35.2%)で3割半ばと高くなっている。一方、「知らない」は女性10・20代(81.6%)で8割を超えて高くなっている。(図11-1-2)

図11-1-3 「大田区観光情報センター」の認知度—地域別



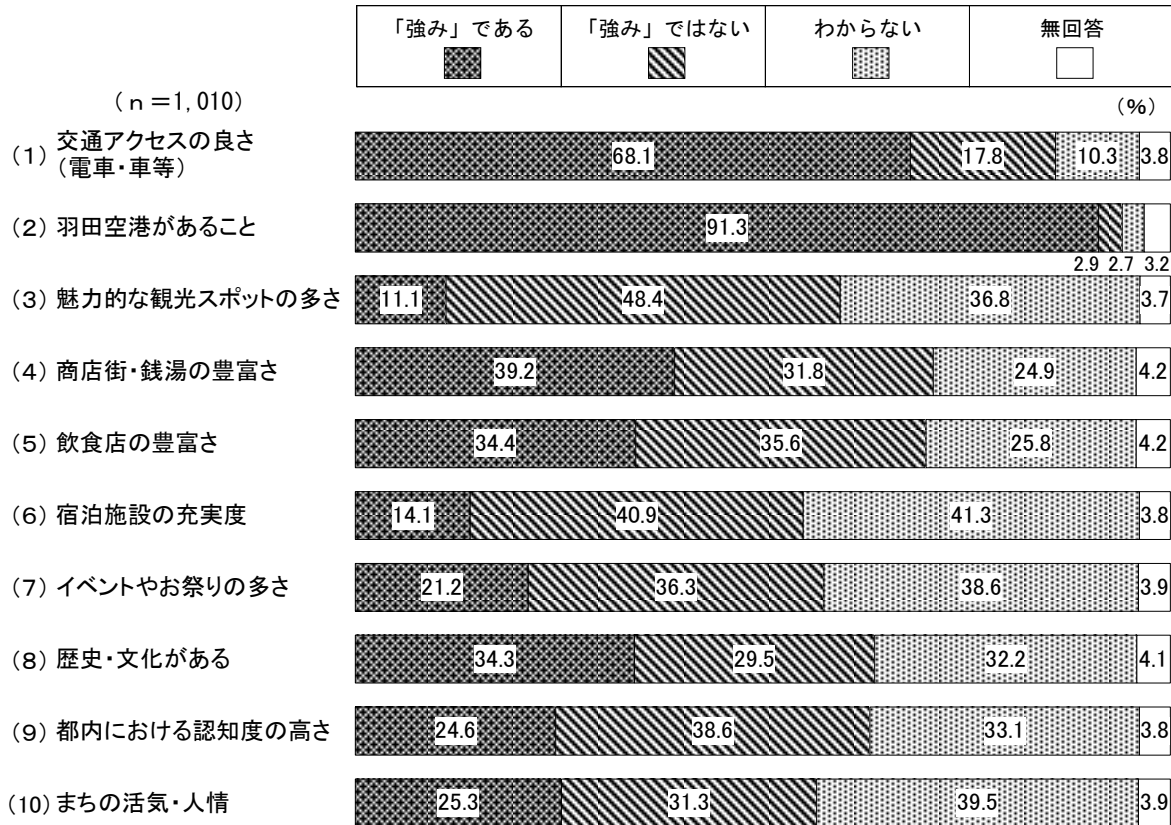
地域別でみると、『知っている(計)』は糀谷・羽田地域(47.8%)で5割近く、蒲田地域(34.1%)で3割半ばと高くなっている。一方、「知らない」は調布地域(78.6%)で8割近くと高くなっている。(図11-1-3)

(2) 観光の視点からみた大田区の強み

◇「強み」は“羽田空港があること”で9割を超える

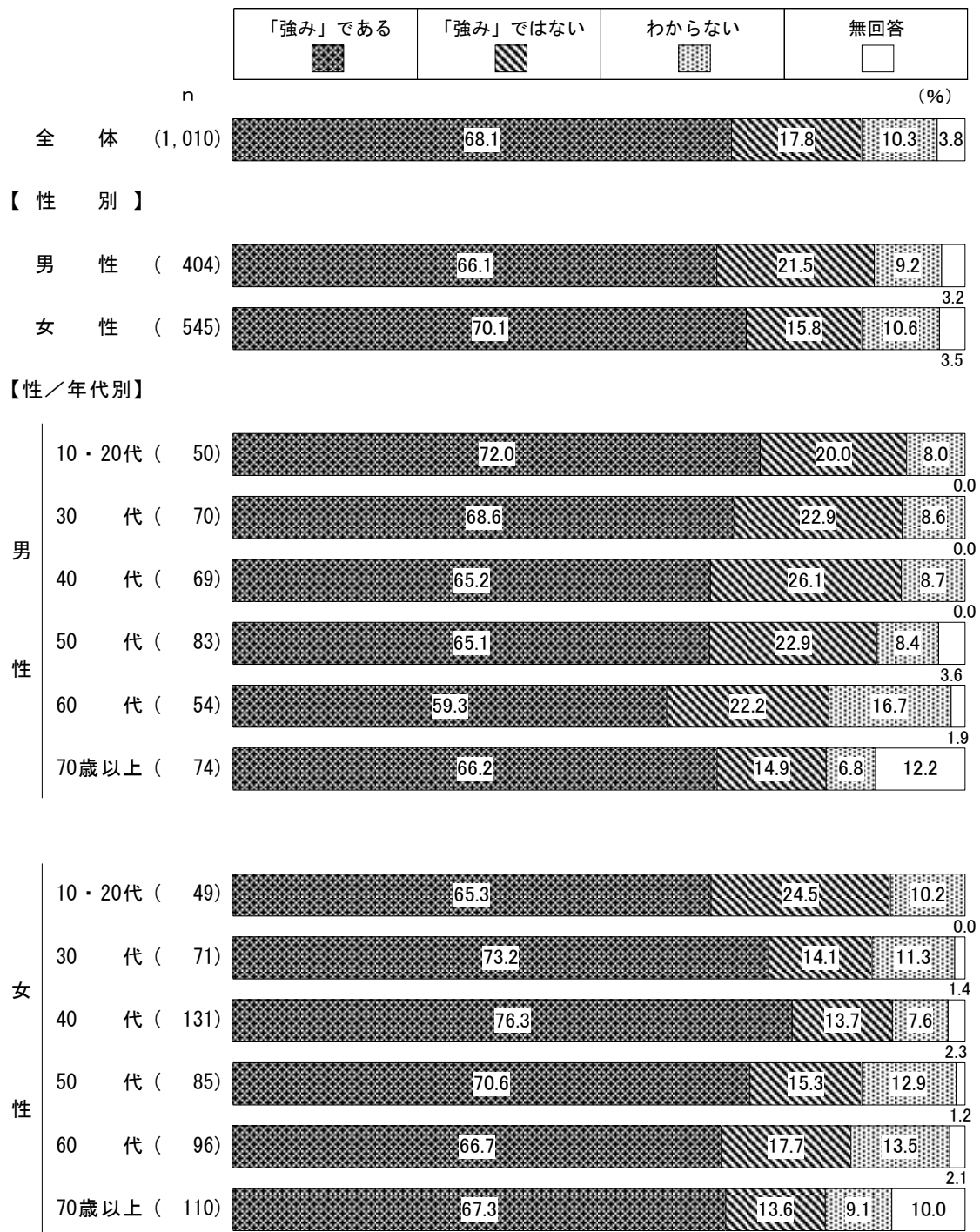
問19 次の(1)から(10)の項目は、観光の視点から東京の他区と比較して大田区の「強み」であると思いますか。(〇はそれぞれ1つ)

図11-2-1



観光の視点から東京の他区と比較して大田区の強みについて聞いたところ、「『強み』である」は“羽田空港があること”(91.3%)で9割を超え、“交通アクセスの良さ(電車・車等)”(68.1%)で7割近くと高くなっている。一方、「『強み』ではない」は“魅力的な観光スポットの多さ”(48.4%)で5割近く、“宿泊施設の充実度”(40.9%)で約4割と高くなっている。(図11-2-1)

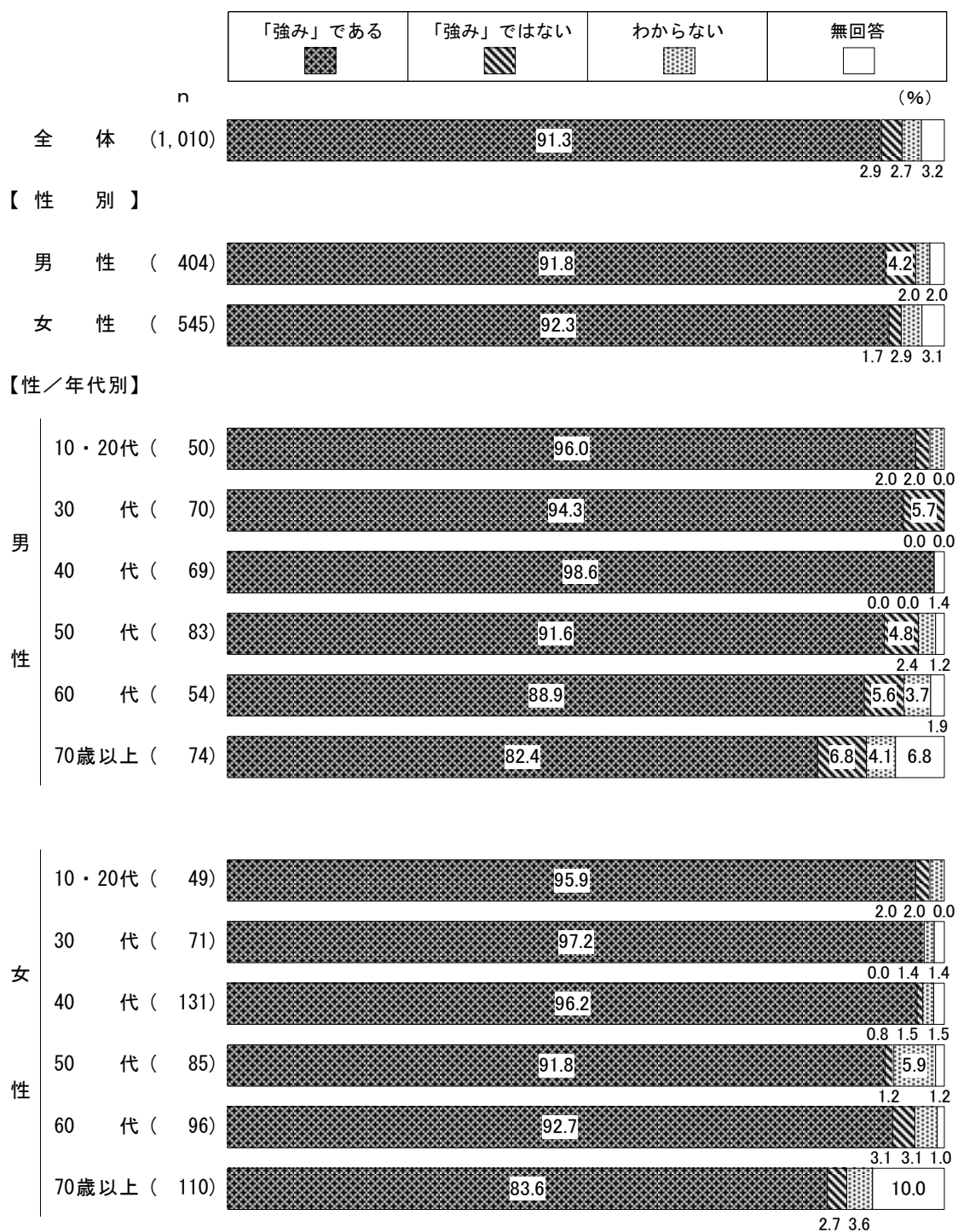
図11-2-2 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(1)交通アクセスの良さ(電車・車等)】



“交通アクセスの良さ（電車・車等）”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性（21.5%）が女性（15.8%）より5.7ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は女性40代（76.3%）で7割半ばと高くなっている。一方、「『強み』ではない」は男性40代（26.1%）と女性10・20代（24.5%）で2割半ばと高くなっている。（図11-2-2）

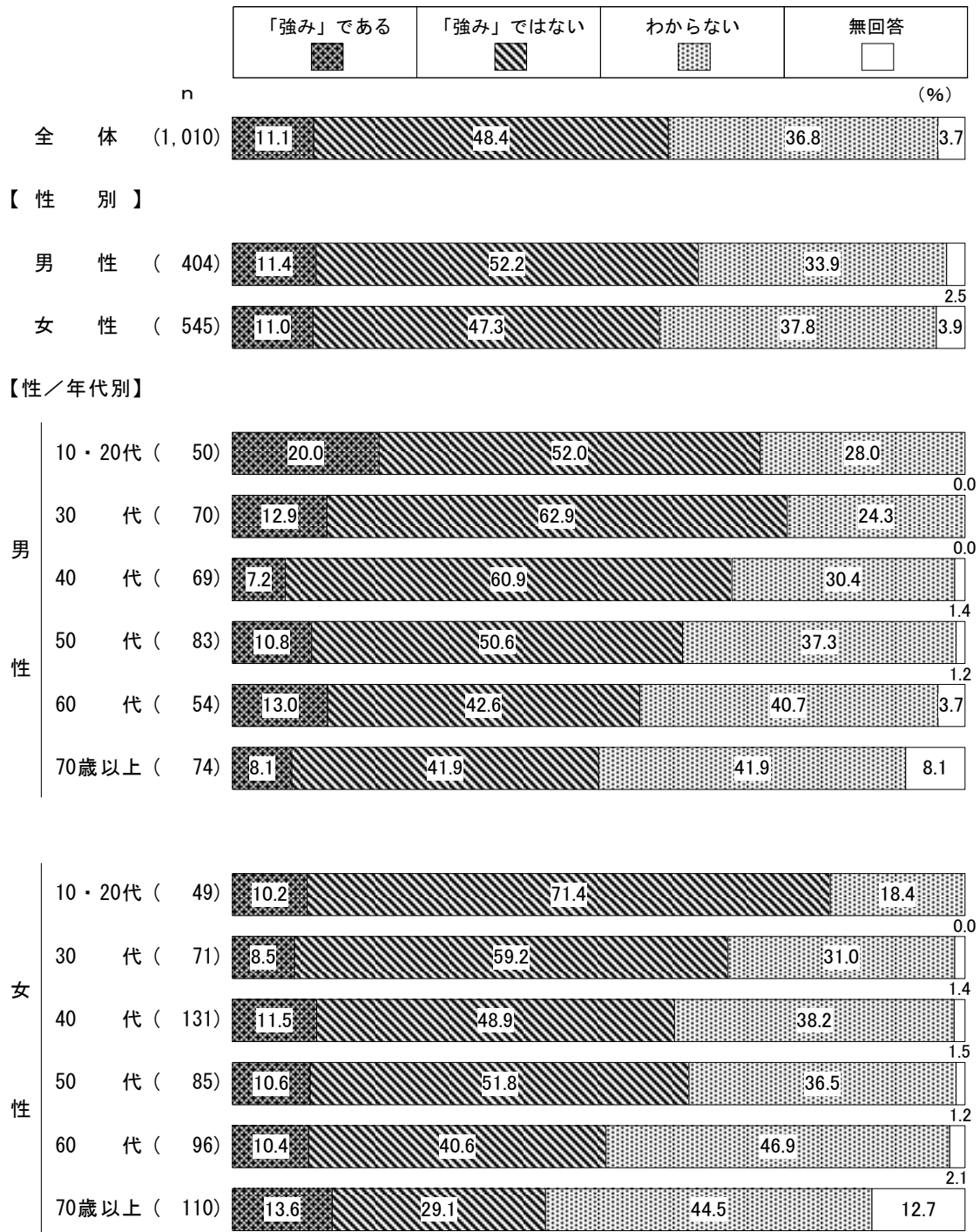
図11-2-3 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(2) 羽田空港があること】



“羽田空港があること”を性別で見ると、大きな傾向の違いはみられない。

性／年代別で見ると、『強み』であるは男性40代（98.6%）と女性30代（97.2%）で10割近くと高くなっている。（図11-2-3）

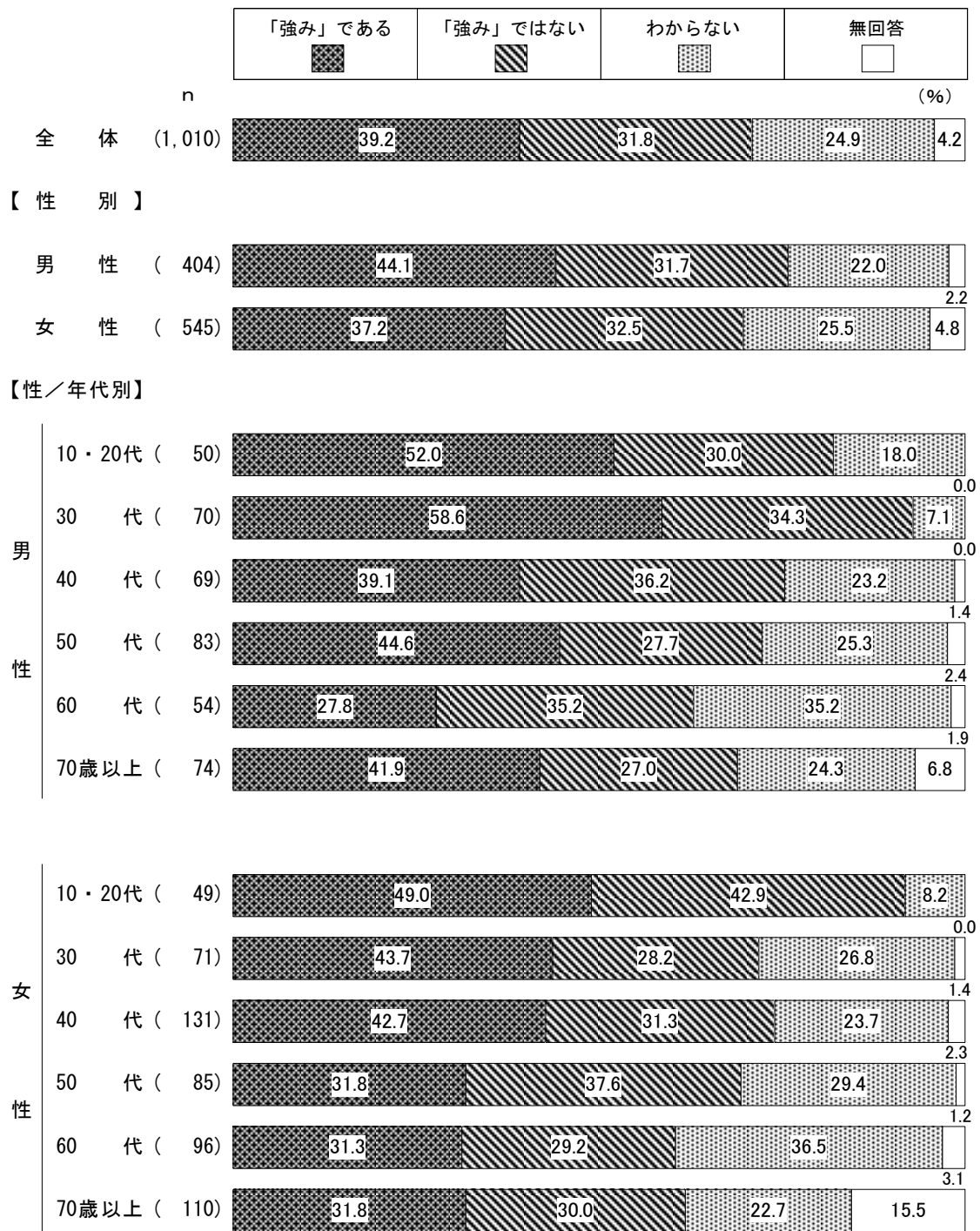
図11-2-4 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(3) 魅力的な観光スポットの多さ】



“魅力的な観光スポットの多さ”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性(52.2%)が女性(47.3%)より4.9ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は男性10・20代(20.0%)で2割と高くなっている。一方、「『強み』ではない」は女性10・20代(71.4%)で7割を超えて高くなっている。(図11-2-4)

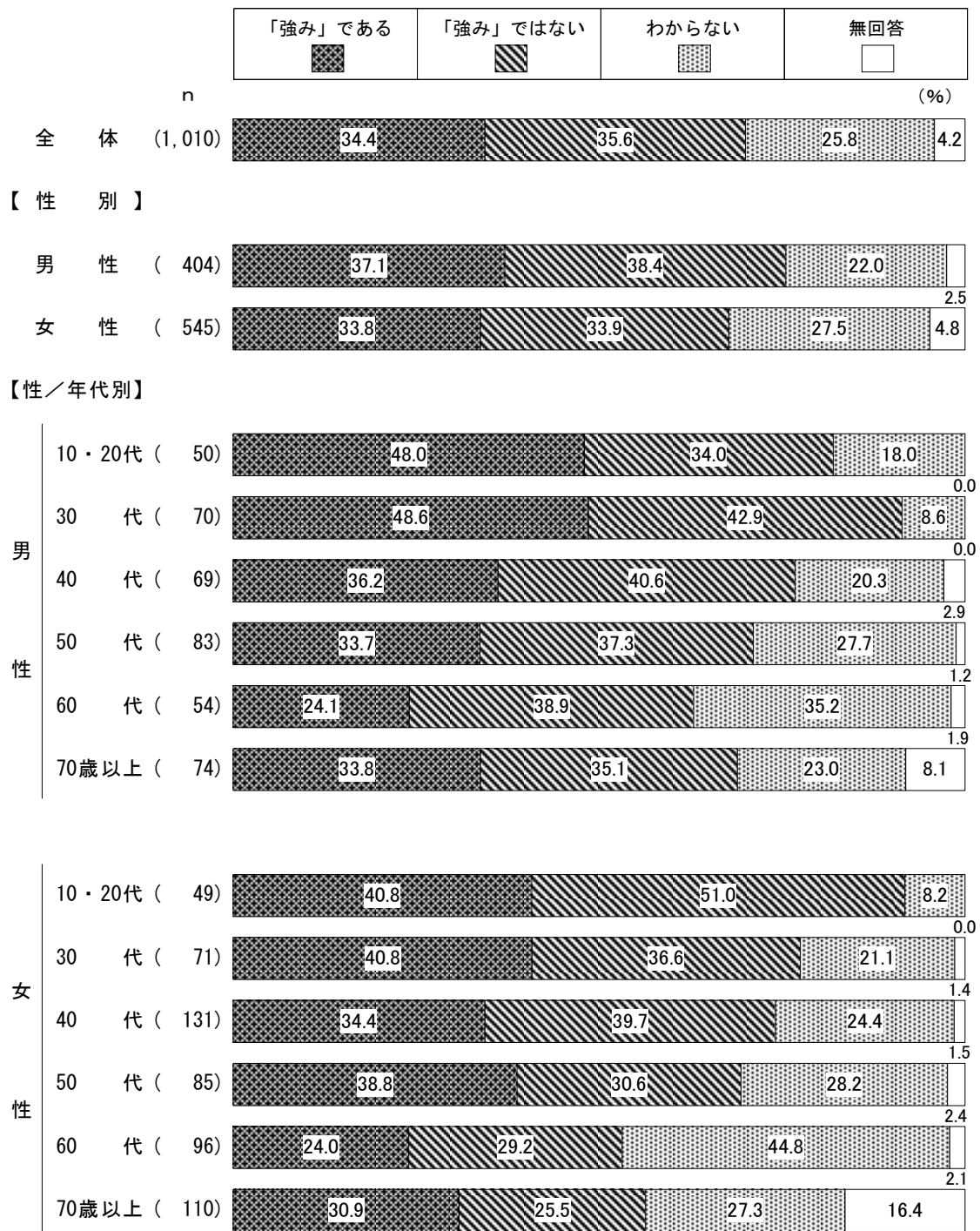
図11-2-5 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(4) 商店街・銭湯の豊富さ】



“商店街・銭湯の豊富さ”を性別で見ると、「『強み』である」は男性（44.1%）が女性（37.2%）より6.9ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は男性10・20代（52.0%）と男性30代（58.6%）で5割台と高くなっている。一方、「『強み』ではない」は女性10・20代（42.9%）で4割を超えて高くなっている。（図11-2-5）

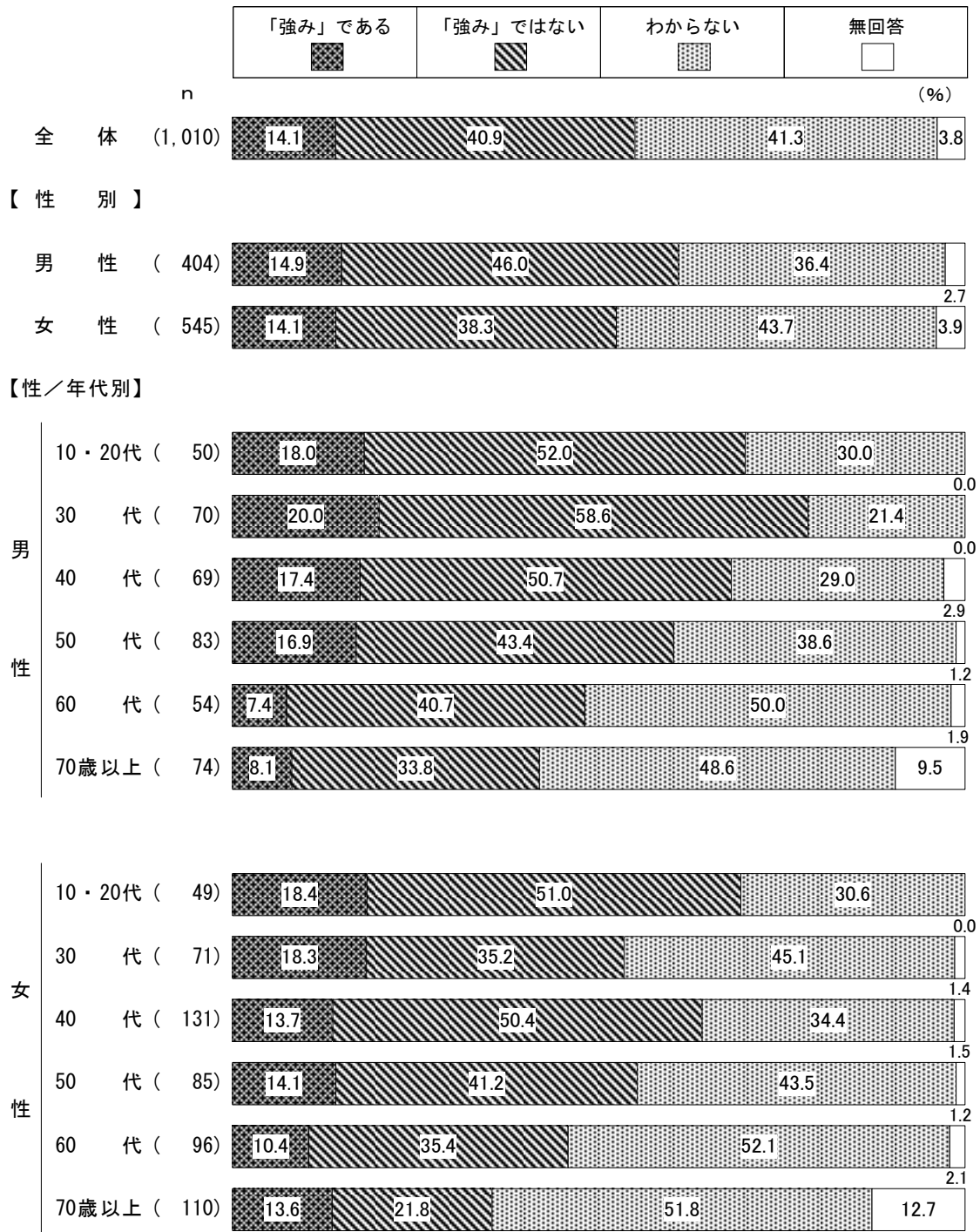
図11-2-6 観光の視点からみた大田区の強み－性／年代別【(5) 飲食店の豊富さ】



“飲食店の豊富さ”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性（38.4%）が女性（33.9%）より4.5ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は男性10・20代（48.0%）と男性30代（48.6%）で5割近くと高くなっている。一方、「『強み』ではない」は女性10・20代（51.0%）で5割を超えて高くなっている。（図11-2-6）

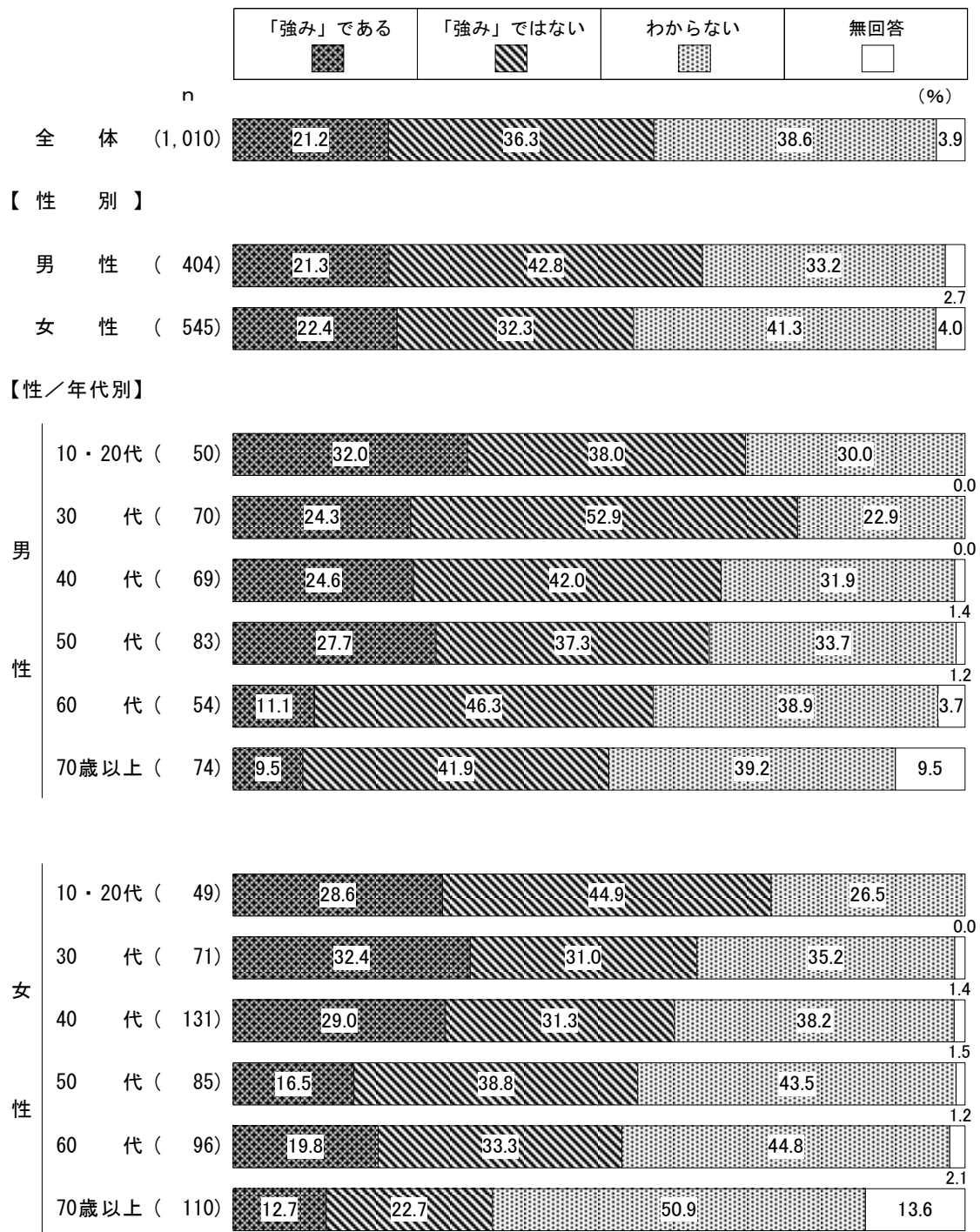
図11-2-7 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(6) 宿泊施設の充実度】



“宿泊施設の充実度”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性（46.0%）が女性（38.3%）より7.7ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は男性30代（20.0%）で2割と高くなっている。一方、「『強み』ではない」も男性30代（58.6%）で6割近くと高くなっている。（図11-2-7）

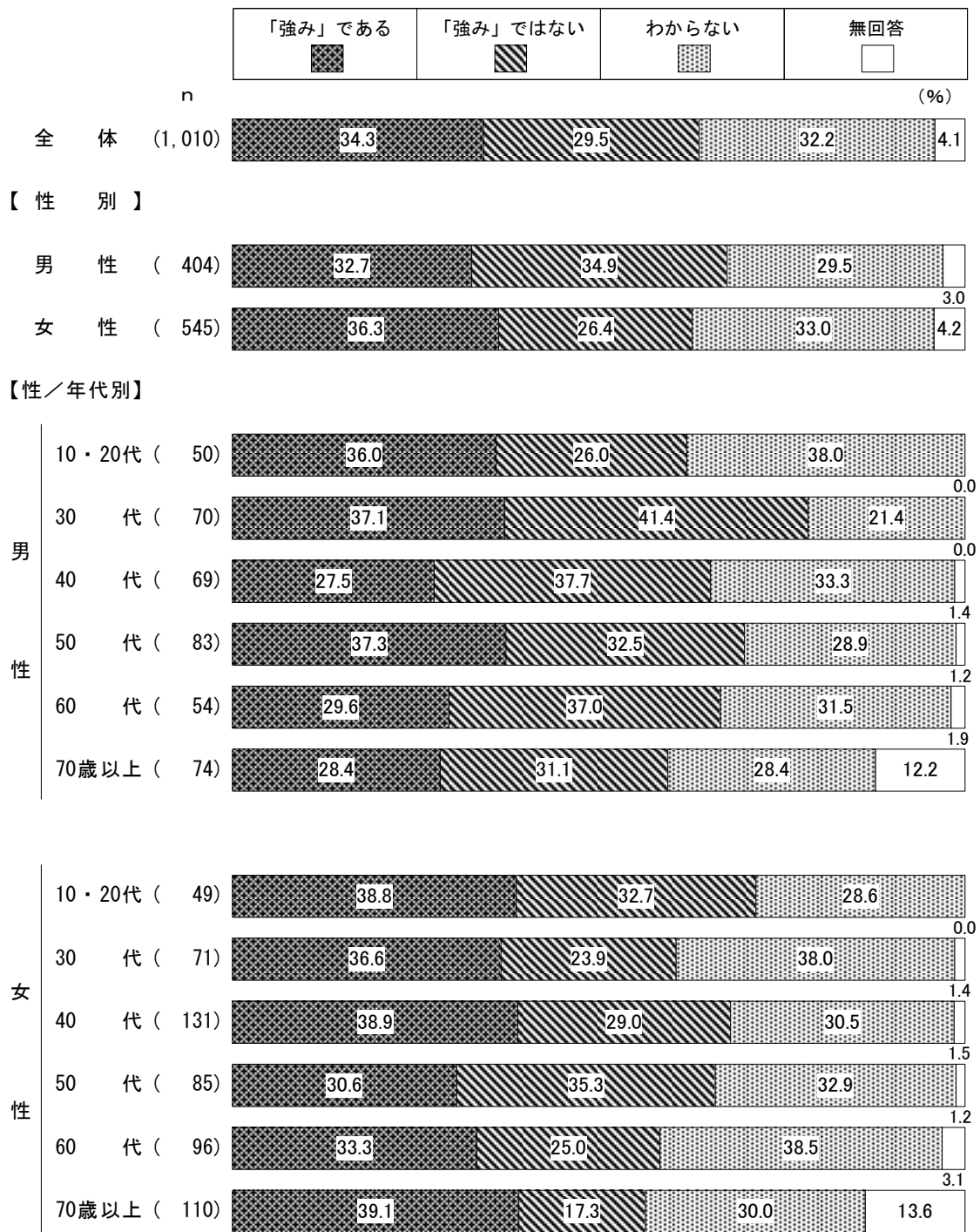
図11-2-8 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(7) イベントやお祭りの多さ】



“イベントやお祭りの多さ”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性(42.8%)が女性(32.3%)より10.5ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は女性30代(32.4%)と男性10・20代(32.0%)で3割を超えて高くなっている。一方、「『強み』ではない」は男性30代(52.9%)で5割を超えて高くなっている。(図11-2-8)

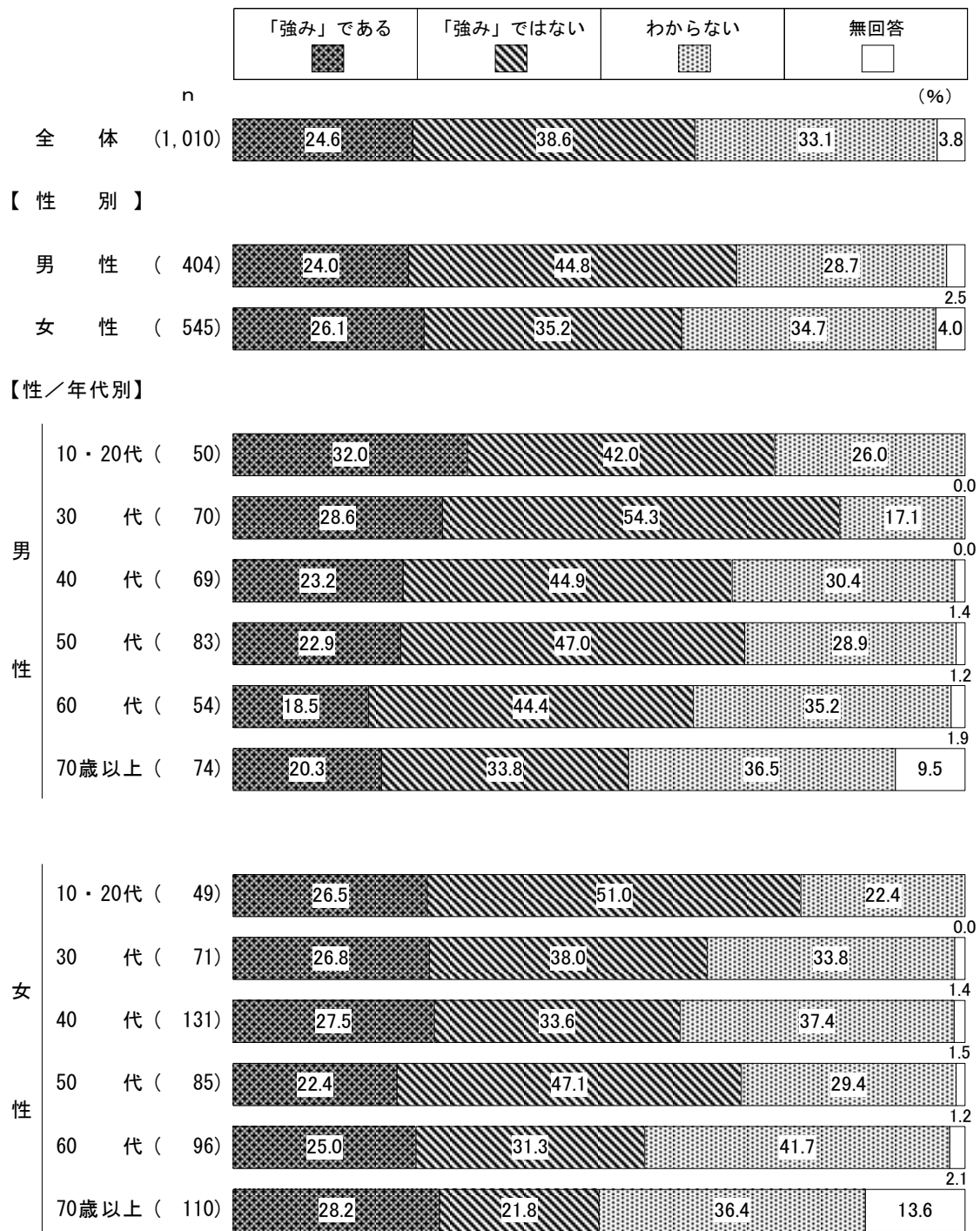
図11-2-9 観光の視点からみた大田区の強み－性／年代別【(8) 歴史・文化がある】



“歴史・文化がある”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性（34.9%）が女性（26.4%）より8.5ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は女性70歳以上（39.1%）で約4割と高くなっている。一方、「『強み』ではない」は男性30代（41.4%）で4割を超えて高くなっている。（図11-2-9）

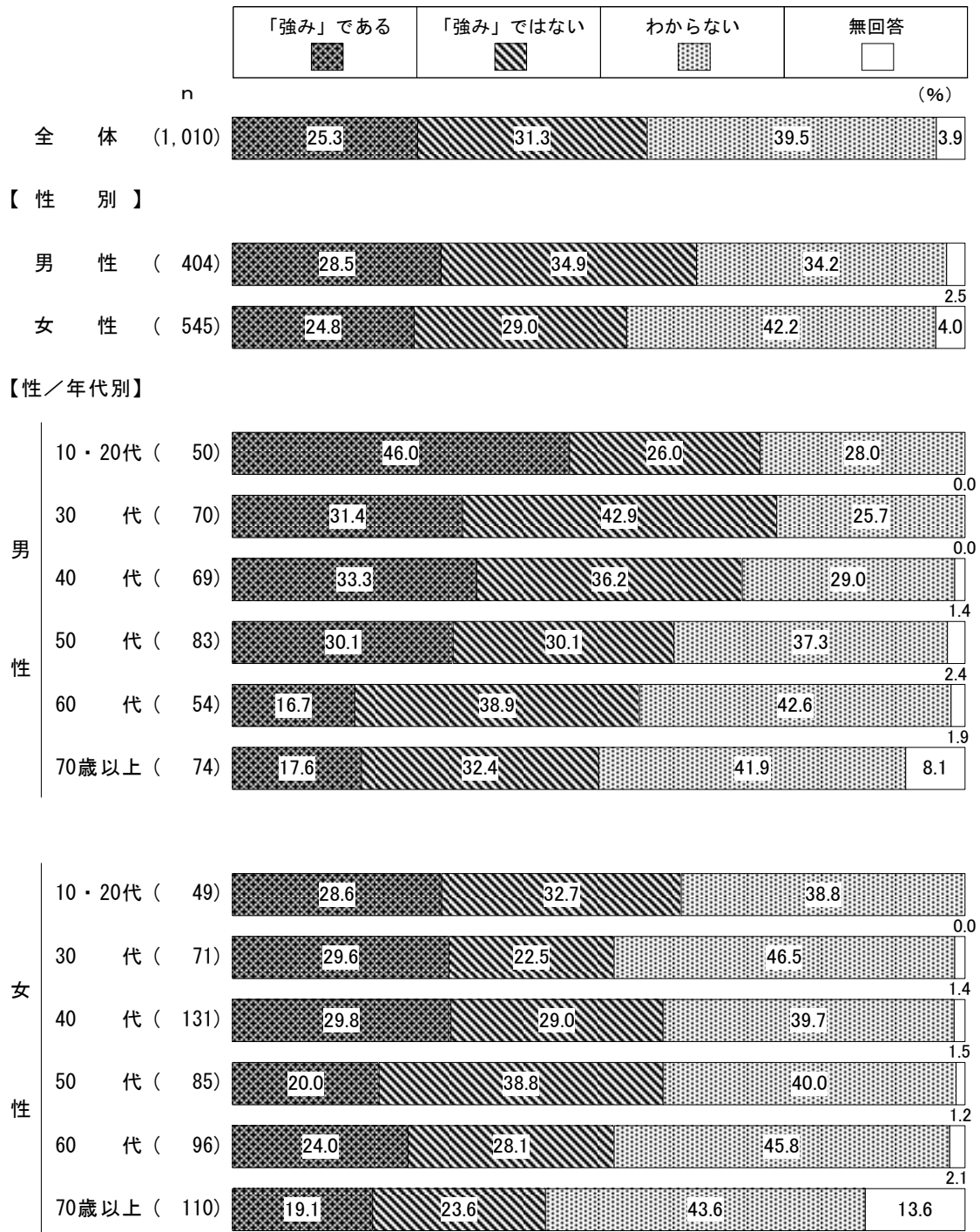
図11-2-10 観光の視点からみた大田区の強み一性／年代別【(9) 都内における認知度の高さ】



“都内における認知度の高さ”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性（44.8%）が女性（35.2%）より9.6ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は男性10・20代（32.0%）で3割を超えて高くなっている。一方、「『強み』ではない」は男性30代（54.3%）と女性10・20代（51.0%）で5割台と高くなっている。（図11-2-10）

図11-2-11 観光の視点からみた大田区の強み－性／年代別【(10) まちの活気・人情】



“まちの活気・人情”を性別で見ると、「『強み』ではない」は男性（34.9%）が女性（29.0%）より5.9ポイント高くなっている。

性／年代別で見ると、「『強み』である」は男性10・20代（46.0%）で4割半ばと高くなっている。一方、「『強み』ではない」は男性30代（42.9%）で4割を超えて高くなっている。（図11-2-11）